

**Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pemilihan Atribut
Produk Merek Pond's Dengan Wardah (Studi Kasus Pada
Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Eka Dita Kurniawati

NIM : 12412848

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

**Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pemilihan Atribut
Produk Merek Pond's Dengan Wardah (Studi Kasus Pada
Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Eka Dita Kurniawati

NIM : 12412848

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pemilihan Atribut
Produk Merk Pond's Dengan Wardah

(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo)

Nama : Eka Dita Kurniawati

NIM : 12412848

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I

Pembimbing II


(Titi Rapih, SE, MM)


(Edi Santoso, SE, MM)

NIP.19630505 199001 11

NIK.19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

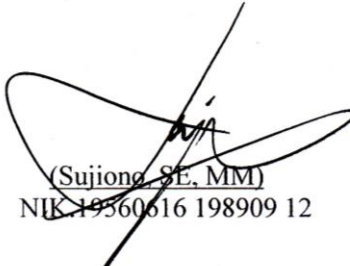


(Titi Rapih, SE, MM)
NIP.19630505 199001 11

Dosen Penguji :


(Titi Rapih, SE, MM)
NIP.19630505 199001 11


(Hadi Sumarsono, SE, M.Si)
NIK.19760508 200501 11


(Sujiono, SE, MM)
NIK.19560616 198909 12

RINGKASAN

Eka Dita Kurniawati. NIM. 12412848. Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pemilihan Atribut Produk Merek Pond's Dengan Wardah (Studi Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo). Progam Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2016. 115 halaman.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan sikap konsumen Pond's dengan sikap konsumen Wardah terhadap pemilihan atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap dan jaminan pada mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan pembagian kuesioner kepada responden Pond's sebanyak 42 mahasiswi dan responden Wardah sebanyak 42 mahasiswi pula.

Hasil penelitian ini adalah terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap pemilihan atribut produk merek Pond's dengan Wardah ditinjau dari dimensi merek. Dimana Pond's memiliki nilai lebih tinggi dari pada Wardah dengan perbedaan rata – ratanya sebesar 1,1666. Terdapat perbedaan pula pada sikap konsumen terhadap pemilihan atribut produk merek Pond's dengan Wardah ditinjau dari dimensi kemasan. Dimana Pond's memiliki nilai lebih tinggi dari pada Wardah dengan perbedaan rata – ratanya sebesar 0,9286. Kemudian terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap pemilihan atribut produk merek Pond's

dengan Wardah ditinjau dari dimensi label. Dimana Pond's memiliki nilai lebih tinggi dari pada Wardah dengan perbedaan rata – ratanya sebesar 0,7381. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap pemilihan atribut produk merek Pond's dengan Wardah ditinjau dari dimensi layanan pelengkap. Dimana Wardah memiliki nilai lebih tinggi dari pada Pond's dengan perbedaan rata – ratanya sebesar 1,000. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap pemilihan atribut produk merek Pond's dengan Wardah ditinjau dari dimensi jaminan. Dimana Pond's memiliki nilai lebih tinggi dari pada Wardah dengan perbedaan rata – ratanya sebesar 1,0138. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam pemilihan 5 atribut produk, sikap konsumen lebih baik atau positif terhadap pemilihan atribut produk Pond's dari pada Wardah pada atribut merek, kemasan, label dan jaminan sedangkan pada atribut layanan pelengkap sikap konsumen dalam pemilihan atribut produk lebih baik atau positif terhadap Wardah dibandingkan Pond's. Saran dalam penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas SPG lewat pemberian pendidikan mengenai produk agar SPG dapat mengetahui produk dengan baik bagi perusahaan produk Pond's. Kemudian bagi perusahaan produk Wardah disarankan untuk dengan gencar melakukan promosi agar lebih dikenal, disarankan pula untuk melakukan inovasi pada kemasan baik desain warna maupun ukuran kemasan, lebih memuat informasi dari produk dan lebih menunjukkan bukti klinis dari produk agar lebih dipercaya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil al-‘alamin.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa menganugerahkan segala nikmat dan rahmat serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis, sehingga pada saat ini penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Analisis Perbedaan Sikap Konsumen Terhadap Pemilihan Atribut Produk Merek Pond’s Dengan Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”** Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, bersama keluarga dan seluruh sahabat-sahabatnya serta orang-orang yang selalu taat perintah-Nya.

Penulis menyadari bahwa banyak sekali hambatan yang dilalui dalam proses penyusunan skripsi ini. Tetapi atas bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, dukungan moril maupun materil, akhirnya hambatan tersebut dapat terlewati sehingga tersusunlah skripsi ini meskipun masih jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Sulton, Msi, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan juga sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I

yang telah menyisihkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan serta mendidik penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Hadi Sumarsono, SE, Msi selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Edi Santoso, SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh staf tata usaha dan karyawan yang telah membantu dalam pengurusan ijin penelitian skripsi
7. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan motivasi, nasihat, semangat, doa yang tiada henti.
8. Teman-temanku angkatan 2012 Jurusan Manajemen, khususnya Manajemen B yang telah memberikan bantuan pemikiran, dorongan dan do'anya selama penyusunan skripsi ini
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas semua kebajikannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Karenanya penulis menerima kritik dan saran membangun guna perbaikan dan penyempurnaan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan` *Amin Yarabb al-‘alamin.*

Ponorogo, Agustus 2016

Penulis

(Eka Dita Kurniwati)

NIM. 12412848



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak pernah terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam pustaka.

Ponorogo, Agustus 2016

Penulis



(Eka Dita Kurniwati)

NIM. 12412848

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Lihatlah keatas sebagai bahan motivasi dan lihatlah kebawah agar dapat selalu bersyukur”

“Allah menitipkan kelebihan disetiap kekurangan, menitipkan kekuatan disetiap kelemahan, menitipkan kebahagiaan disetiap kesedihan, menitipkan harapan disetiap keraguan dan menitipkan kemudahan disetiap kesulitan. Allah berjanji semua itu akan indah pada waktunya”

“Cobalah dan lakukan terbaik atas keputusan yang telah diambil”

“Do not to be same, but be better”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati kepada :

Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Misenan dan Ibu Katemi atas do'a dan kasih sayang yang engkau curahkan selama ini

Yang terkasih keluarga serta sahabat – sahabat terbaik

Serta untuk almamater tercinta

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	v
Pertanyaan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	viii
Motto dan Persembahan.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1.	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.	Rumusan Masalah	5
1.3.	Batasan Masalah	5
1.4.	Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1.	Tujuan Penelitian	6

1.4.2.	Manfaat Penelitian	7
--------	--------------------------	---

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori.....	8
2.1.1	Pemasaran	8
2.1.1.1	Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2	Bauran Pemasaran	9
2.1.2	Atribut Produk.....	10
2.1.2.1	Merek	10
2.1.2.2	Pembungkuan / kemasan.....	12
2.1.2.3	Labelling	14
2.1.2.4	Layanan Pelengkap	15
2.1.2.5	Jaminan	17
2.1.3	Perilaku Konsumen	17
2.1.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.1.3.2	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	18
2.1.4	Sikap	24
2.1.4.1	Pengertian Sikap	24
2.1.4.2	Kompnen Sikap	25
2.1.4.3	Karakteristik Sikap	26
2.1.4.4	Pembentukan dan Perubahan Sikap	28
2.1.4.5	Fungsi Sikap	28
2.1.4.6	Pentingnya Sikap dalam Pemasaran	29
2.1.4.7	Hubungan Sikap dengan Perilaku	30

2.2	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Kerangka Berpikir	33
2.4	Hipotesis.....	34

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	36
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.3	Metode Pengambilan Data	38
3.3.1.	Sumber Data	38
3.3.2.	Teknik Pengambilan Data	38
3.4	Definisi Operasional Variabel	39
3.5	Metode Analisa Data	41
3.5.1	Analisis Kualitatif dan kuantitatif	41
3.5.1.1	Analisis Kualitatif	41
3.5.1.2	Analisis Kuantitatif	41
3.5.2	Alat Uji Instrumen	42
3.5.3	Alat Analisis Data	43

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Obyek	44
4.1.1.1.	Profil Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo	44
4.1.1.2.	Visi, Misi dan Kompetensi	45
4.1.1.3.	Status Akreditasi	45

4.1.1.4. Sumber Daya Manusia	46
4.1.1.5. Fasilitas yang Dimiliki	46
4.1.1.6. Jajaran Dekanat Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo	47
4.1.2 Gambaran Umum Responden	47
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	48
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	50
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk	51
4.1.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	52
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	54
4.1.4 Hasil Analisis Data	71
4.1.4.1 Uji Instrumen	71
4.1.4.2 Independen Sample T – test	76
4.2 Pembahasan	84
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Pond's dan Wardah.....	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 4.1 Daftar Jurusan dan Akreditasi Fakultas Ekonomi	45
Tabel 4.2 Fasilitas yang Dimiliki Fakulta Ekonomi	46
Tabel 4.3 Karakteristik Tempat Tinggal Responden	48
Tabel 4.4 Karakteristik Usia Responden	49
Tabel 4.5 Karakteristik Semester Responden	50
Tabel 4.6 Karakteristik Lama Penggunaan Produk	51
Tabel 4.7 Karakteristik Pengeluaran per bulan untuk membeli produk	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pond's dan Wardah mengenai kemudahan merek untuk diingat karena terdiri dari satu / dua suku kata (X1.1).....	54
Tabel 4.9 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai kemudahan merek untuk dikenali karena namanya yang unik (X1.2)	55
Tabel 4.10 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai kemudahan merek untuk diucapkan dan memiliki ciri tersendiri (X1.3)	56

Tabel 4.11 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai kemasan Pond's dan Wardah memiliki desain warna yang menarik (X2.1)	57
Tabel 4.12 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai kemasan Pond's dan Wardah sesuai perkembangan desain saat ini (X2.2).....	58
Tabel 4.13 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai kemasan Pond's dan Wardah yang mudah dibawa kemana – mana (X2.3)	59
Tabel 4.14 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai adanya jenis produk memudahkan konsumen dalam memilih produk sesuai kulit mereka (X3.1)	60
Tabel 4.15 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai adanya instruksi dan peringatan penggunaan sangat membantu konsumen (X3.2).....	61
Tabel 4.16 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai adanya kinerja produk setelah pemakaian membantu konsumen lebih teliti (X3.3)	62
Tabel 4.17 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai informasi cara penggunaan dari SPG dapat memudahkan konsumen (X4.1).....	63
Tabel 4.18 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai konsultasi pada SPG yang berada di toko dapat membantu konsumen (X4.2)	64
Tabel 4.19 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai konsultasi pada lewat telepon maupun media social dapat membantu konsumen (X4.3)	65
Tabel 4.20 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai pemakaian produk dapat membuat kulit tampak cerah (X5.1).....	66

Tabel 4.21 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai produk Pond's dan Wardah memiliki komposisi bahan yang aman dan terpercaya (X5.2)	67
Tabel 4.22 Tanggapan responden Pond's dan Wardah mengenai Pond's dan Wardah setelah digunakan memberikan kepuasan (X5.3)	69
Tabel 4.23 Rata – rata variabel X.....	70
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Validitas Pond's.....	71
Tabel 4.25 Hasil Pengujian Validitas Wardah	72
Tabel 4.26 Hasil pengujian Reliabilitas Pond's	74
Tabel 4.27 Hasil pengujian Reliabilitas Wardah.....	75
Tabel 4.28 <i>Independent Sample T – test</i> Merek.....	76
Tabel 4.29 <i>Independent Sample T – test</i> Kemasan	77
Tabel 4.30 <i>Independent Sample T – test</i> Label	79
Tabel 4.31 <i>Independent Sample T – test</i> Layanan Pelengkap.....	81
Tabel 4.32 <i>Independent Sample T – test</i> Jaminan	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan Antar 3 Komponen Sikap25

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden	95
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	102
Lampiran 4 Tabel r product moment	109
Lampiran 5 Tabel t	110
Lampiran 6 Informasi pada label produk	114
Lampiran 7 Produk Pond's dan Wardah	115

